Progettato per:

Progettato da:

Iterazione:

Partner Chiave



Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave? Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner? Quali Attività chiave svolgono i partner?

MOTIVAZIONE PER LA PARTNERSHIP Ottimizzazione e risparmio Riduzione del rischio e dell'incertezza

Acquisizione di particolari risorse e attività

Attività Chiave

dalle nostre Proposte di Valore?

I nostri canali di distribuzione?

Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

CATEGORIE

Soluzione di problemi

Piattaforma / Rete

Quali sono le attività chiave richieste



Proposte di Valore

Quali pacchetti di prodotti e servizi offriamo

Quali bisogni del cliente stiamo soddisfacendo?

Quale problema del nostro cliente stiamo aiutando a risolvere?

Che tipo di valore portiamo al cliente?

al singolo Segmento di Clientela?

CARATTERISTICHE

Personalizzazione

Riduzione dei costi Riduzione dei rischi

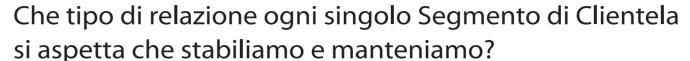
Comodità / Usabilità

Brand / Status

Accessibilità

Prestazioni





Quali relazioni abbiamo stabilito?

Come sono integrate con il resto del nostro Business Model? Quanto costano?

Relazioni con i Clienti

Co-creazione

Assistenza personale Assistenza personale dedicata Self-service Sistemi automatici Comunità

Segmenti di Clientela



Per chi stiamo creando valore? Chi sono i nostri clienti più importanti?

Mercato di massa Mercato di nicchia Mercato segmentato Mercato diversificato Piattaforme multi-sided

Risorse Chiave



Quali sono le risorse chiave richieste dalle nostre Proposte di Valore? I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti? I ricavi?

TIPOLOGIE DI RISORSE Intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati) Finanziarie







Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri Segmenti di Clientela?

In che modo li stiamo raggiungendo ora? Come sono integrati i nostri canali? Quali funzionano meglio?

Quali sono i più efficienti, a livello di costi? Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

FASI DEI CANALI

Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare la proposta di valore dalla nostra azienda? Come consentiamo ai nostri clienti di acquistare specifici prodotti e servizi?

Come forniamo assistenza post vendita?

Canali

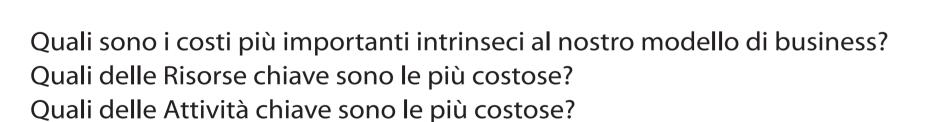


1. Consapevolezza

Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?

Come portiamo una Proposta di Valore ai clienti?

Struttura dei Costi



LA TUA ATTIVITÀ È PIÙ:

Economie di gamma

Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing spinto) Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

ESEMPI DI CARATTERISTICHE: Costi fissi (salari, affitti, utilities) Costi variabili Economie di scala



Flussi di Ricavi

Per quale valore i nostri clienti vogliono veramente pagare? Per cosa pagano al momento?

In che modo pagano al momento?

Come preferirebbero pagare? Quanto contribuisce ogni singolo flusso di ricavi ai ricavi totali?

Noleggio / Affitto / Leasing Intermediazione

PREZZO FISSO Prezzo di listino Dipendente dalle caratteristiche del prodotto Dipendente dal segmento cliente Dipendente dal volume

PREZZO DINAMICO *Negoziazione (contrattazione)* Gestione dei ricavi Mercato in tempo reale













